短视频媒介融合背景下传统媒体转型的思考与实践

谭　萍
（大河报社，河南 郑州 450008）

摘　要：大数据时代，以前的媒体已经不能满足人们的需求了，需要在短视频媒介融合背景下，实现对传统媒体的转型，创新电视和广播的发展形势，提高收视率。在此基础上，还需要促进传统媒体与新媒体之间的融合，解决传媒产业在发展中的问题，为传统媒体的转型提供条件。

关键词：短视频媒介融合；传统媒体转型；思考实践；产业转型；转型突破　**中图分类号：**G206　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）03-107-03　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.034
本文著录格式：谭萍 . 短视频媒介融合背景下传统媒体转型的思考与实践 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：107-109.

媒介融合时代，短视频已经成为信息传播的主要方式，更是其中不可或缺的载体。在此情况下，需要促进传统媒体的转型，从受众的需求出发，注意分发渠道和人才融合等，不断提升媒体影响力，从而进一步促进媒体的融合和转型，为我国传统媒体的发展提供借鉴价值。

1. 新时期传统媒体转型的特点

由于不同时代的媒体都有属于自己的发展特征，所以要想在短视频媒介融合背景下实现对传统媒体的转型，需要明确其发展核心和特征。媒介融合的特征一般是以信息为核心，实现对传统媒体技术的创新，促进其转型，可以从人们的生活方式出发，围绕着信息内容展开。特别是在我国信息技术不断发展的背景下，人们的生活节奏也在不断加快，获取信息的渠道也越来越多，需求量也在不断增大。[1]

因此，为了满足短视频媒介融合的要求，要注意其速度，加强对信息内容的整合，实现对传统媒介的创新。再加上，大数据时代的发展会增加信息内容，扩展信息传播渠道，所以要想在此基础上创新传统媒体传播方式，需要分析当前时代发展的趋势，运用新技术，实现对新媒体内容的整合。由于任何一种媒体在媒介融合的背景下，都需要寻找新的突破，这就需要从传统媒体的发展特点出发，设置符合受众群体心理的传播方式，了解传统媒体在转型中的重点。

2. 传媒业发展的趋势

2.1　“泛媒体”的趋势

现阶段，新媒体的冲击波主要是对传播规律的重塑，也可以说其为我国传统媒体的发展提供了机会。特别是在平面媒体时代下，信息的传播模式正在不断改变，以前的媒体已经不能满足社会发展的需求了，并且以报纸为中心的“辐射式传播”，在时间消费上还存在问题，其所提供的是整块时间消费模式。

因此，在新媒体时代，以前的信息传播方式和规律已经不能满足时代发展的要求了，会降低信息传播的效率。因此，我国传统新闻媒体需要从信息技术的发展特点出发，注意泛化的趋势，在短视频媒介融合的基础上，对传统媒体的时间和空间进行有效拓展。

2.2　资源在强势媒体集中

新媒体背景下，我国的新闻信息传播规律也发生了一定的变化，这会导致每个人的隐私安全受到影响。与传统媒体的资源比较，短视频媒介融合背景下的传统媒体发展会不断上升，从而实现对战略资源的有效整合。由于媒体融合是当前媒体发展的主要趋势，更是国家战略中的主要内容，所以相关的媒体企业需要对融合发展中的资源进行整合，及时解决其中的问题。在此情况下，央媒和各级党报等主流媒体还要在发展中获得更多的资源，进而实现对此资源的科学配置。

2.3　渠道多元化的“窄化”特征

当前，多元化是新媒体发展的主要趋势，我国传统媒体要想在此背景下实现转型，需要在互联网技术的基础上，深入分析新媒体发展的特征。同时，新媒体在现阶段的快速发展中，还会面临信息多元化等问题。同时，此发展趋势具有比较明显的国际性特征，会对短视频媒介融合背景下传统媒体转型带来一定的影响。

3. 我国传媒产业的转型

现如今，传统媒体自身的发展优势已不复存在，要想在此基础上促进新媒体继续发展，需要促进与传统媒体的有效融合，实现对传媒产业发展模式的创新，清楚其在新时代下都发生了哪些变化。

一是形态出现变化。在对当前传统媒体发展的形势进行分析时，发现新媒体已经成为信息传输的主要方式，更是信息整合的载体，在整体媒体事业中起着主导作用。传统媒体要想在此背景下稳定发展，需要积极主动地搜寻自己的信息，在明确传媒发展趋势的背景下，创新媒体传播模式。尤其是在新媒体产生和发展的背景下，新传播方式越来越多，“对话模式”就是其中的一种，已经成为了人们的主要聊天工具。

二是在传播模式转化下，传播主导权的改变会影响短视频媒介的融合，其主要由传者向受者进行转移。然而，这种转化存在一定的局限性，媒体在发展过程中需要综合考虑受众在日常生活中的需求，然后更新新闻信息内容。同时，媒介的有效融合还影响着传播方式，并且媒介形态也可能会在此过程中出现转型。特别是在新时期，各种新信息技术在新媒体发展领域已经得到了有效应用，可以借助新媒体传播消息，促进对传统媒介形态的变化，让两者之间共同发展。[2]

三是新闻传播内容的多样化。随着我国媒体传播形态的变革和创新，媒体的传播内容以及形式也越来越多，在实际的发展中也进行了多种形式的融合，这在一定程度上实现了新闻传播模式的创新，促进新媒体传播途径的多元化，保证了信息整合的科学性。同时，新闻内容和传播形式的多样化还能够加强新旧媒体之间的融合，将重要的信息整合在一个平台上。媒体要实现“跨媒介”资源的整合，从而进一步提高传播的效果。

4. 短视频媒介融合背景下传统媒体转型的问题

4.1 媒介拓展范围不广，融合还在萌芽中

短视频媒介的融合虽然为传统媒体提供了条件，但是在具体的变革和融合中还存在一定的问题，其目的主要是为了赢得受众，获取更多的流量，为媒体的自身生存发展提供根基，这就需要对媒介融合进行深入探索，但是传统媒体在发展中还受到了一系列操作流程的困扰，这导致媒介的融合仅局限于传统媒体新闻的生产框架中。所做出的融合努力仅仅是一种拼接，并没有在真正带入思维融合中，真正的融合还处于萌芽阶段。

4.2 融合速度不够均匀

由于媒介融合的速度会受到不同经济文化地区等特点的影响，在此背景下如果不对其进行创新就会导致传统媒体的转型出现不均衡现象。再加上，科技技术不发达的地区还处于适应阶段，这个现象在全国媒介融合实践中比较明显，短视频媒介融合速度并不够均匀。

5. 传统媒体转型的突破要点

5.1 公信力价值

大数据时代背景下，各种媒体媒介和传播方式已经得到了有效创新，在新闻报道中，传统媒体往往具有非常大的公信力。尤其是在对当前的传统媒介新闻内容进行整合时，需要层层严格审核才能报道出来，可强化此部分内容的客观公正性，积极发挥传统媒体本身的竞争优势。

在具体的新媒体融合中，还可以结合直播和短视频的新形势，注意新渠道，通过直播和短视频等新媒介，融入传统的媒体公信力，从而进一步增强融媒体的整体效果，强化播报的实力。

5.2 媒体资源的价值

对于融媒体发展来说，媒体资源是其中的主要内容，在传统媒体转型中发挥着重要的资源价值，促进传统媒体和直播、短视频等内容的有效结合，积极发挥新媒体在传统媒体转型中的优势，然后在此基础上更好地整合不同资源，拓展其渠道，不断提高媒体内容本身的覆盖性，丰富信息资源。[3]

特别是传统媒体资源，更需要倾向于对大事件的报道，政府在此基础上要对传统媒体进行资源支持，不断增强传统媒体资源本身的权威性。此外，传统媒体在发展中，还可以运用直播和短视频报道等形式，积极发挥传统媒体资源本身的优势。

5.3 内容生成价值

直播和短视频可以对媒体的内容进行有效加工，主要是在保证内容形式的基础上，强化传统媒体的新颖和丰富性。如，在对直播和短视频内容进行创新时，能够借助新媒体技术，实现对图片和文字等内容的优化，还可以借助一些“网红语言”等方式，让媒体的内容进一步完善和拓展，进而不断提高媒体资讯的价值。

5.4 平台沉淀价值

在对影响媒体关注度的主要因素进行分析时，发现其中的重点因素之一为媒体内容。对现代媒体的实际发展情况来说，要积极借助融媒体形式，打造新的媒体平台，采取措施通过对媒体平台的建设，不断积淀关注度。此外，先进和完善的融媒体平台，还可以通过直播和短视频形式，重新整合传统媒体的新闻内容，积极发挥其优势，避免对媒体内容进行重复的播报，加强媒体受众对平台内容的了解。

6. 短视频媒介融合背景下传统媒体转型的措施

6.1 创新经营模式

传统媒体创新要从经济类、运营类和战略类等内容出发，更新运营模式，实现对其中重点内容的完善，主要是为了可以在提高经济效益的同时，增加广告收入，从而进一步提高整体的收视率。当前，一些传统媒体为了强化本身影响力，并不顾节目质量，这会影响我国传统媒体在“眼球经济”盛行时代的稳定发展，并且盲目的短视频媒介融合和发展还会影响受众的品味。传统媒体要打破单一的经营模式，探寻新的发展模式，创新运用理念，将新的科技渗透到传媒产业中，对其中所发生的一系列变化进行分析。

在短视频媒介融合背景下，各大媒体需要明确新事物的出现并不等于旧事物的消亡，可以说其为传媒产业的转型和发展带来了新机会。媒体人在新时代下需要及时更新自己的思维模式，在原有的形式上探寻新的可持续发展产业，实现对新运营模式的有效应用，完善我国传媒产业稳定发展的方案。同时，在具体的融合中还要实现创新，保证传统媒体的多元化。各境外媒体在发展中也要深入到本土的媒体中，在媒介融合的大背景基础上，寻找适合自身的产业发展模式，进一步促进传统媒体转型的进程。[4]

6.2 科学应用融媒体平台技术，健全媒体推广策划方案

信息技术在各个领域中的有效应用也为融媒体平台的有效建设提供了技术支持。传统媒体在应用直播和短视频等形式对新闻内容进行传播的时候，一定要深入挖掘融媒体技术的优势，合理运用各种媒介不断推广媒体的内容。如可以应用手机等移动终端实现对不同信息的有效传播。同时，传统媒体还可以在手机终端上，应用不同资源优势构建自己的媒体平台，然后将最新的新闻资讯等相关内容及时推荐给手机用户。

在此过程中，媒体人还要在全面掌握融媒体平台技术的基础上，应用技术眼光发掘传统媒体和新媒体的融合点。当然，加强对媒体推广策划的重视，也是媒体提高自己竞争力的关键。媒体要想满足受众的要求，要科学应用新颖独特的推广形式，对媒体内容进行完善和推广，可以从专业性角度出发，提取精练的推广语，满足当前媒体受众的阅读需求。最后，注意对融媒体形式的创新及推广，让其可以更好地增强媒体的融合效果，实现传统媒体的转型。

6.3 借鉴国外的新闻学教育经验

随着媒介融合的发展，以前的媒体传播方式已经不能满足社会发展的要求了。在此背景下，美国的各大新闻学院和新闻学专业为了紧跟时代发展的步伐，看准发展趋势，对传统媒体转型的方式进行了探索，实现了对新闻教育体系的构建。同时，部分高校还新开设媒介融合专业，在传统的新闻学教育和传播中加入了媒介融合课程。

调查发现[5]，密苏里大学新闻学院在2005年，已经开设了与媒介融合有关的专业，此专业的课程内容比较丰富，不仅将电视和报纸等技能相加，还促进了新闻专业主义和互联网技术的有效结合，主要在新媒体发展的背景下，强调了各类媒体高度融合的重要性，为传统媒体的转型提供了条件。

因此，我国在短视频媒介融合背景下，需要分析新媒体的特点，实现对社交媒体、媒体融合等内容的整合。在此过程中，还可以通过搭建校内融媒体实验平台，模拟视频、音频和文字等新闻元素融合的环境，推动我国传统媒体转型。

6.4 积极转变服务意识

在媒介融合发展下，新闻媒体需要及时转型，并且在具体的转型中要有服务意识、受众意识。这就需要新闻编辑人员从观众的角度出发，根据观众的实际需求，制定和编制新颖的节目内容。将重要的关注点和群众的关注点有效结合，主要是及时为群众提供所需要的信息，强化他们的媒体思想。此外，在增强新闻编辑服务意识的过程中，还要结合群众实际的需求，让节目内容符合群众的生活需要，从而进一步提高我国传统新闻媒体本身的影响力。

结语

在科学技术不断创新发展的新时期，传统媒体必须进行转型。[6] 同时，还要把握媒体发展融合的动态方向，从群众的实际需求出发，打造形态多样和内容优质的广播电视节目，进而不断强化我国传统媒体的传播力以及公信力。媒

参考文献

[1] 宫巧利 . 媒介融合背景下移动短视频新闻传播策略研究 [J]. 传播力研究，2019（6）：48-60.
[2] 徐振寰 . 媒介融合背景下移动短视频整合营销转型 [J]. 传播力研究，2019（27）：79-80.
[3] 田恺 . 媒介融合背景下短视频算法对传统广电行业的启发 [J]. 数字化用户，2019（20）：128，200.
[4] 曾文鹏 . 媒介融合背景下短视频新闻对新闻报道的影响探析 [J]. 新闻研究导刊，2020（5）：83-84.
[5] 孝旭 . 媒介融合背景下传统电视节目的突围——以电视节目短视频化发展为例 [J]. 视听，2019（3）：123-124.
[6] 韩梅 . 探索电视媒体与网络媒体的深度融合发展模式 [J]. 中国传媒科技，2019（11）：37-39.

作者简介： 谭萍（1981-），女，山西阳城，中级（记者），研究方向：媒体融合转型。

（责任编辑：胡杨）